

**THE COMPARISON OF SERVICE QUALITY APPLIED AND LOW
PRICE ON CUSTOMER SATISFACTION OF TWO INDONESIAN LOW-
COST CARRIERS (PT LION MENTARI AIRLINES AND PT INDONESIA
AIRASIA)**

Erlinnia¹

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of service quality applied and low price on customer satisfaction of low-cost carriers in Indonesia, especially for PT Lion Mentari Airlines (Lion Air) and PT Indonesia AirAsia (AirAsia). Furthermore, to compare service quality applied by those two LCC and customer preferable factor for LCC (either low price or service applied). Primary data were collected from 127 customers of PT Lion Mentari Airlines and/or PT Indonesia AirAsia by convenience or accidental sampling technique. Multiple linear regression was used for analysis method. The result shows that service quality applied has a positive influence on customer satisfaction of Lion Air (for perspective and actual), low price influences (actual) customer satisfaction of AirAsia and also low-cost carriers in Indonesia (represented by data of both airlines), service quality applied by those low-cost carriers are different, and then the customers prefer service quality applied than low price for LCC.

Key words: service quality, low price, customer satisfaction

¹Student of Bakrie University, Management Major

**PERBANDINGAN PENGARUH PENERAPAN *SERVICE QUALITY* DAN
PENETAPAN HARGA RENDAH TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
PADA DUA MASKAPAI *LOW-COST* DI INDONESIA (PT LION
MENTARI *AIRLINES* DAN PT INDONESIA AIRASIA)**

Erlinnia²

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh penerapan *service quality* dan penetapan harga rendah terhadap kepuasan konsumen (*customer satisfaction*) maskapai *low-cost* di Indonesia khususnya pada PT Lion Mentari Airlines dan PT Indonesia AirAsia, membandingkan *service quality* yang diberikan kedua maskapai, serta faktor pilihan konsumen dalam maskapai *low-cost* (penetapan harga rendah atau pelayanan yang diberikan). Penelitian ini menggunakan data primer yang didapatkan dari 127 pengguna jasa penerbangan PT Lion Mentari Airlines dan/atau PT Indonesia AirAsia dengan menggunakan teknik *convenience sampling* atau biasa disebut *accidental sampling* (termasuk ke dalam *nonprobability sampling*). Metode analisis data dilakukan dengan analisis regresi linier berganda (*multiple linear regression analysis*). Adapun hasil penelitiannya yaitu penerapan *service quality* berpengaruh terhadap kepuasan para konsumen maskapai Lion Air (persepsi dan aktual), penetapan harga berpengaruh terhadap (aktual) kepuasan konsumen maskapai AirAsia dan gabungan kedua maskapai sebagai gambaran keseluruhan LCC di Indonesia, kualitas pelayanan (*service quality*) yang diberikan PT Lion Mentari Airlines berbeda dengan PT Indonesia AirAsia untuk para konsumennya, dan para konsumen lebih memilih kualitas pelayanan yang diberikan maskapai *low-cost* dibandingkan penetapan harga rendah.

Kata kunci: *service quality*, harga rendah, *customer satisfaction*

²Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Bakrie